



餐饮店推盲盒圈粉，这“风”要怎么跟

业内：餐饮营销应把年轻人面对“限量款”“隐藏款”时绝对要到手的心态运用到菜品中

“价格比单买划算，有时能买到一些季节限定菜品。”6月4日，在长沙市芙蓉中路一段工作的陈先生，在外卖平台上下单了一份28.6元的“双拼盲盒”拌饭。30分钟后，他收到一份红烧古鸭、秘制卤肉双拼的盖码饭，“味道还不错，没踩雷。”

现如今，“盲盒风”刮进了餐饮市场。三湘都市报记者走访发现，长沙本土品牌盛香亭、无敌手辣椒炒肉披萨、擂椒拌饭等均推出了盲盒。餐饮跨界做盲盒，是一个值得被挖掘的新市场吗？那些出现在美妆、小众藏品上“停不下来”“想集齐全套”的消费心理，在餐饮中能实现吗？

■记者 黄亚苹 实习生 张益滔 严德赢

【走访】餐饮店纷纷推“盲盒”

“19元的盲盒中包含一款披萨和一份饮品，绝对超值。”6月4日，在芙蓉区国金街负二层一家披萨店的点餐处，店员正热情地向顾客推荐售价19元一套的“盲盒套餐”，“餐饮消费众口难调，若盲盒中开到了不喜欢的餐品，也无法退换哦。”

禁不住店员推销，三湘都市报记者购买了一份“盲盒套餐”。等待10分钟后，拿到一份辣椒炒肉披萨和一杯百事可乐。若按照点餐卡上的售价计

算，总价值是24元，“盲盒套餐”相当于打了8折。

在餐饮界推出盲盒的，不止这一家披萨店。最近，盛香亭也推出了盲盒商品，售价为每份5.5元的盲盒中，包含海带结、去骨鸭掌等5款新品。店员同样在推销时提到，由于盲盒中的产品均为随机派送且保证大于其实际价值，若顾客对开出的产品不满意无法退换。

【市场】“盲盒”形式多样促消费

原本与盲盒完全不搭边的品牌和热门IP，只需将其包装成盲盒销售，便能激发消费者的购买欲，甚至形成新一轮消费热点。盲盒热，引得入局者众。今年1月，芬达联名泡泡玛特发售“新年MOLLY”盲盒，礼盒中包含了不同口味芬达饮料及泡泡玛特玩偶；2020年7月，麦当劳在中国发售“喵喵薯夹”限定盲盒，吃薯条的工具被设计成可爱的猫

爪样式，尽管单个售价高达59元，依然不乏消费者购买。

目前，盲盒经济逐渐从潮玩领域出圈，从表情包到零售品牌、餐饮品牌，走向大众消费领域。据三湘都市报记者不完全统计，2019年至今，已有旺仔牛奶、品客薯片、奈雪的茶、呷哺呷哺、百草味、瑞幸等品牌与代言人或热门IP联合，推出盲盒产品，进行品牌营销。

观点

餐饮得让顾客“停不下来”

“买盲盒只有0次和无数次，入手一个，接下来就会有无数个盲盒在等你。”一位长期从事餐饮管理餐饮业资深人士表示，盲盒销售是依靠意外奖励和搜集来实现用户自发传播，盲盒中装的文具、饮品、联名玩偶等商品大多适合长期保存，“从餐饮上看，很少有人愿意点5份甚至10份外卖，再从中选一盒最合口味的吃掉。”

他认为，做餐饮看重的顾客回购率和客单价，这与盲盒的销售逻辑不尽相同，但菜品因自带非标准化、私人化特性，即便顾客在点单后商家能为其搭配心仪食材，但烹

饪手法等方面的区别，仍容易带来负面影响，“假设点餐的是一位上班族，如果点到一份不想吃的外卖，只会毫不犹豫地给一个差评并将品牌永久拉黑。”

因此，该业内人士认为，盲盒更适合餐饮商家消耗剩余食材或以特价菜形式吸引新顾客下单。在销售时，如何把年轻人面对“隐藏款”“限量款”时绝对要得手的心态灵活运用到菜品销售中，结合热点及时下消费文化让顾客产生“停不下来”的消费冲动，最终借助“盲盒式营销”激发顾客对品牌的非理性喜爱，值得餐饮商家思考。



6月4日，记者花费19元购买盲盒套餐后，得到总价值24元的披萨和可乐套餐。

记者 黄亚苹 摄

“小虫子”撑起大产业

树苗能养虫，虫能产白蜡 “芷江白蜡”占据全国半壁江山

6月7日，天气晴好，芷江白蜡虫繁育示范基地负责人、非物质文化遗产传承人钟芳竹带领蜡农忙起来了。手里的茅草包和经改进过的塑料瓶被他们一个个挂在了基地里的白蜡树上。

这片100多亩的基地里，种满了大叶女贞树。仔细打量会发现，大小不一的白蜡树上，分区域挂着茅草包和塑料装瓶。面对记者好奇，钟芳竹主动揭开了答案：茅草包和塑料瓶里装的是白蜡虫，挂上一段时间后，雄虫就会爬出来“生产”白蜡。正是靠它们，实实在在地撑起了芷江的白蜡产业！

【惊奇】这种寄生昆虫能分泌白蜡

“芷江白蜡”是芷江著名的传统产品，已有700多年的生产历史，其产量约占全国白蜡产量的一半，在国际上有“中国蜡”之称。

明代万历年间的《沅州府志》记载了白蜡的制成方法：“处暑后剥取之，谓之蜡渣，其蜡渣烤化滤净或甄沥下器中，待冷凝成蜡块，而成蜡也”。

照此古法所制蜡为白蜡，与蜜蜡同时为古代蜡烛的原料，后者又称黄蜡。据芷江侗族自治县中药材健康产业链办公室技术人员吴金文介绍，芷江白蜡又称芷江虫白蜡，它是一种产于女贞树（当地人称白蜡树）上的寄生昆虫，也就是白蜡虫。

而白蜡的古今做法大同小异。吴金文告诉记者，每年8月，蜡农通过人工的方式，把蜡虫的分泌物采摘下来，经过倒入开水、加热熬制、挤压等传统工艺加工成胶状液体，在各种模具类盛装容器内，冷却凝固成型，呈白色或浅黄色蜡质固体，再去除下层渣滓和水分即成，为不透明或微透明原生态绿色产品。

【行情】蜡虫价格水涨船高

聪明的现代人将虫白蜡的作用开发到极致。因其含有丰富的高级烷醇，特别是二十八烷醇，成为军工、医药、机电、天然化妆品等制造业的重要原料。

近年来，白蜡虫种的价格随白蜡一起水涨船高，以前还只有数十元/斤，而今年江苏白蜡虫价格从最低的160元/斤，涨到268元/斤，而且也难满足芷江蜡农对白蜡虫种的需求。

过去两个多月的时间里，在芷江中药材健康产业链办公室的统一安排下，吴金文先后多次带领白蜡协会会员及蜡农辗转江苏、陕西、山东等地开展调研、采购白蜡虫种、指导白蜡虫种繁育工作。

【瓶颈】白蜡虫种供应不足

芷江虫白蜡有悠久的历史，其研究同样享有国内同行业最高知名度。据悉，早在1958年，县土产公司、林业局就专门成立了白蜡虫研究所，组建科研团队，对白蜡虫及虫白蜡生产方面颇有研究并取得历史性突破。

不过，通过调研发现，芷江虫白蜡产业发展仍有不少瓶颈。上述谈到的白蜡虫种供应不足是其一，据资料不完全统计，1991年以后，产蜡最多的是2009年购白蜡虫种74545.45公斤，产蜡164000公斤；产蜡最少的是2019年购白蜡虫种5500公斤，产蜡10550公斤。虫白蜡产量不稳定，有大起大落现象。

而且，芷江现有女贞树面积不足1万亩，且蜡林老化，年产虫白蜡只有60000公斤左右。此外，恶性竞争；缺少人才、科研经费支持；社会化服务、管理滞后和认识不足等因素也严重制约了白蜡产业发展。

对策

奖补本地培育白蜡虫

虫白蜡具有非常高的药用价值及经济价值，前景非常远大。

因此，当地把整合资源、创新技术、培育白蜡虫种当作今后工作的重中之重。据悉，芷江白蜡已于去年被该县定为“中药材健康产业链”发展项目纳入“十四五”发展规划，并出台一系列帮扶措施。

比如，鼓励本地协会、企业、个人在该县培育“白蜡虫”，对境内培育出的“白蜡虫”，投入到当地生产，给予县财政补贴40元/公斤。可喜的是，前不久，在技术人员的精心培育下，白蜡虫在低海拔地区芷江麻纓塘和新宁塘坊上繁育获得成功，产白蜡虫种468斤，这打破了历史上所说的“高山产虫，低山蜡”这一观点，同时也结束了“芷江产蜡不产虫”的历史。

为更好地发展“芷江白蜡”产业，解决蜡农“白蜡虫种”的需求，当地还出台虫种采购奖补政策，调动广大蜡农到外省市购买白蜡虫种积极性，以缓解当前白蜡虫种不足的问题，为虫白蜡产业化发展打好基础。吴金文推测，如果在虫种充足、科学管理的情况下，芷江每年可产出白蜡312500公斤，按目前虫白蜡每公斤350元的市场价计算，年产值可达10937.5万元。

■记者 李成辉